

A perspetiva dos editores sobre a criação e utilização de infográficos de ciência e tecnologia nas edições dos jornais *on-line*

FILIPA RODRIGUES PEREIRA; LÍDIA OLIVEIRA & FERNANDO ZAMITH

filipa.rp@gmail.com; lidia@ua.pt; zamith@gmail.com

Universidades de Aveiro e Porto; Universidade de Aveiro; Universidade do Porto

Resumo

Conhecer e entender a perspetivas dos editores dos jornais *on-line* sobre a utilização da infografia para divulgação de conteúdos noticiosos é um dos pilares da investigação que tem por base a utilização da infografia no jornalismo *on-line* de ciência e tecnologia.

Nesta comunicação apresenta-se uma primeira perspetiva da utilização da infografia num jornal português. É possível perceber a sua importância, o seu nível de utilização e os critérios de seleção de conteúdos e temas para abordar com recurso à utilização de infografias.

Este primeiro contacto permitiu analisar a utilização da infografia ao nível das temáticas em análise na investigação – a ciência e a tecnologia. É uma prática pouco comum, não por nenhum motivo em especial, simplesmente porque não têm por hábito abordar estas temáticas a este nível. Contudo, trata-se de uma investigação em curso e os resultados são ainda preliminares.

Palavras-Chave: Infografia; jornalismo *on-line*; compreensão; informação

CONTEXTUALIZAÇÃO DA INVESTIGAÇÃO

Dar resposta à questão: “Em que medida os infográficos são um meio potenciador de compreensão de conteúdos noticiosos em ciência e tecnologia?” é o grande objetivo da investigação que se pretende desenvolver e na qual se procura caracterizar a infografia como meio divulgador e promotor de informação visualmente possível de ser mostrada aos outros.

Para o desenvolvimento da investigação, entendeu-se como preponderante estabelecer contacto com as edições *on-line* dos quatro jornais nacionais selecionados para a realização do trabalho (“Jornal de Notícias”; “Público”; “Jornal I” e “Expresso”), percebendo o seu grau de utilização da infografia como recurso informativo. Por outro lado, é fulcral ter contacto com os utilizadores ou assinantes dessas edições *on-line* para recolher junto deles o seu feedback em relação à infografia como tradutora de conteúdos de informação tão complexa como os de ciência e tecnologia.

Neste sentido a opção metodológica a adoptar neste trabalho passa pela aplicação de inquéritos por questionário aos assinantes dos jornais, inquéritos por entrevista aos editores de multimédia ou infografismo dos jornais, aplicação de grelhas de observação para os jornais e trabalho com grupo experimental com o qual se fará a avaliação dos conteúdos noticiosos de ciência e tecnologia com e sem o recurso

a infografias. Com a aplicação desta metodologia pretende-se alcançar os objetivos geral e específicos traçados para este trabalho. Como objetivo geral pretende-se:

- perceber de que forma o uso de infográficos pode ter influência positiva na transmissão de informação de conteúdos noticiosos de ciência e tecnologia.
- E como objetivos específicos estabelecem-se os seguintes:
- Identificar as características usadas na elaboração e publicação de infográficos nas secções de ciência e tecnologia das edições *on-line* de alguns jornais nacionais;
- Caracterizar e avaliar o impacto da utilização da infografia no jornalismo de ciência e tecnologia em jornais *on-line*.

Esta investigação trabalhará apenas com o jornalismo *on-line* porque, esta é a variante do jornalismo mais atrativa, em franco desenvolvimento e aquela que mais terreno vai ganhando no quotidiano dos portugueses.

O trabalho aqui apresentado refere-se a uma investigação em curso, o que faz com que nesta fase apenas seja possível apresentar os resultados de uma das entrevistas realizadas, a um dos responsáveis das secções de infografismo ou multimédia dos jornais. O inquirido, por uma questão de confidencialidade dos dados recolhidos, será designado ao longo deste texto de “Jornal X”.

OS CONCEITOS DE INFOGRAFIA E JORNALISMO ON-LINE

Partindo da definição de Alberto Cairo, considerado, por muitos, como o investigador/autor por excelência da infografia, a infografia pode ser entendida como

“qualquer informação apresentada em forma de um diagrama – isto é, desenhos nos quais se mostram as relações entre as diferentes partes de um conjunto ou sistema – é uma infografia” (Cairo, 2008^a: 21).

A infografia pode conjugar em si mesma, vários e distintos elementos que lhe permitem transmitir a informação de forma mas atrativa e até interessante.

Em termos históricos e de contextualização, os contributos de de Pablos Coelho (1998) demonstram que a infografia começa com as representações da pré-história onde os homens primitivos representavam as vivências do quotidiano com o intuito de registar as suas atividades. O autor defende que o homem iniciava, neste período “uma nova forma de cultura a que hoje damos o nome de artes gráficas” (de Pablos Coello, 1998: 1):

“Todo aquel viejo mundo habitado emergía a una forma de cultura primitiva y sencilla, de un valor comunicativo enorme: las duras rocas de las paredes de sus cuevas y senderos o lugares mágicos se transformaron en el primer vehículo de comunicación humana.” (de Pablos Coello, 1998).

Segundo Susana Ribeiro, “a infografia não são apenas ilustrações” (Ribeiro, 2008: 18). A autora recorre aos contributos de Gonzalo Peltzer para justificar essa afirmação. Peltzer (1991) considera que um simples desenho dá suporte a um artigo e, por isso mesmo, é uma ilustração logo não pode ser uma a infografia pois a infografia é muito mais do que isso.

O conceito de infografia surge muito próximo ao conceito de jornalismo e tem a sua origem na expressão inglesa “*information graphics*” que numa tradução mais literal significa informação gráfica. Se se pensar nesta tradução percebe-se que a infografia é a informação dada por meio de recursos gráficos e visuais e é neste sentido que se enquadra a investigação que se procura desenvolver.

INFOGRAFIA NO JORNALISMO *ON-LINE*

Quando adaptada ao suporte *on-line*, a infografia passa a ter várias designações todas elas associadas ao cariz digital e interativo que o meio *on-line* lhe confere (Schmitt, 2006: 39). Opta-se, neste trabalho, pela designação de infografia digital, considerando que o foco é no suporte de divulgação digital. Todavia, decide-se por apresentar a definição da infografia associada ao meio *on-line* de Valero Sancho, que escolhe a designação de infografia *on-line*. Para o autor, a infografia *on-line* representa uma nova forma de comunicação, sintética, documental e visual, que possibilita a compreensão e entendimento de diversos conteúdos (Sancho, 2004).

A infografia digital procura tirar o melhor partido das potencialidades que a rede lhe pode dar (Ochoa, 2009; Valero Sancho, 2008; Schmitt, 2006), possibilitando integrar num mesmo infográfico imagem, texto, som, etc.. Quanto às suas características mais significativas e tendo como base a dissertação de mestrado de Vandénise Schmitt (2006) que recorre a vários autores para caracterizar a infografia digital, pode dizer-se que esta:

- É versátil (Sancho, 2008);
- Pode ser animada, multimédia e interativa e instantânea (Cairo, 2006);
- A hipertextualidade é vista como uma das características que mais se aproxima do jornalismo *on-line* (Salaverría & Avilés, 2008).

Do ponto de vista da compreensão dos conteúdos do infográfico, esta é possível através do seu registo visual, e, quanto mais atrativa ela for, melhor atinge o seu objetivo (Sancho, 2008). Segundo o mesmo autor, há particularidades que engrandecem e conferem maior poder à infografia, assim como auxiliam na sua função comunicadora: sumário informativo; apresentação atrativa; complemento informativo; complemento estético (Sancho, 2008: 3).

Perante o exposto, é possível dizer-se que a infografia, que já havia revolucionado a informação no jornalismo impresso, veio ganhar ainda mais força com a sua adaptação ao suporte *on-line*. Ela está mais próxima do utilizador, é mais atrativa e mais simples na sua compreensão.

No artigo “Infografia 2.0” de Alberto Cairo, o autor recorre ao exemplo do jornal *The New York Times* para apresentar aqueles que são, para ele, os grandes impulsos da mudança na visualização e interpretação de conteúdos informativos no suporte *on-line*. Segundo o autor, a infografia possibilita que os dados sejam atrativos por si mesmo; a infografia não deve ser vista como um objeto decorativo, mas sim como uma ferramenta de análise dos dados; e a introdução de ferramentas interativas

possibilita uma mudança no paradigma da visualização dos dados, possibilitando que o leitor veja as notícias segundo os seus gostos e necessidades (Cairo, 2008b: 16).

UM PRIMEIRO OLHAR SOBRE A INFOGRAFIA NUMA EDIÇÃO ON-LINE PORTUGUESA

Para esta investigação é de extrema importância conhecer o posicionamento dos editores dos jornais em relação ao uso, ou não, da infografia como elemento de divulgação da informação, nomeadamente, as informações/notícias de ciência e tecnologia. Tal como se avançou no início deste texto, até ao momento apenas foi possível realizar uma das 4 entrevistas planeadas para esta investigação. Assim, as informações apresentadas, devem ser interpretadas apenas como um contributo para o desenvolvimento da investigação, uma vez que não é possível estabelecer relação e comparação entre as perspetivas de cada jornal, podendo apenas, interpretar-se como um modelo ou método de trabalho já implementado.

Reconhecendo as potencialidades da infografia, o coordenador de infografismo do “Jornal X” afirma ser possível fazer um pleno potenciamento dos contributos da infografia para o jornalismo impresso e para o jornalismo on-line, uma vez que a importância da infografia serve para as diferentes plataformas. Contudo, no jornalismo on-line há outros atributos que lhe conferem maior vantagem em relação aos outros formatos jornalísticos:

“(...) acho que tem o mesmo valor para o papel tradicional e para o on-line que é o de dar determinado tipo de informação com outro tratamento que não seja a escrita ou que não se possa contar uma narrativa. Normalmente a infografia é mais para tratar dados de algo que o olho humano não consegue ver e na qual há uma descrição visual de uma ação, ou para tratar dados estatísticos por meio de gráficos e isso pode ser no on-line ou no papel. Agora, a mais valia só do on-line é ser interativa e ser dinâmica. Por vezes pode ser (trabalhada) em tempo real como por exemplo os resultados da campanha eleitoral é algo que é representado infograficamente com números e com o mapa do país e que pode ir sendo alterada em tempo real e que no papel só pode sair no dia seguinte. Essa é a grande vantagem do on-line. Em outros casos é a mesma coisa, contudo na on-line pode ter um sem fim de soluções, desde incorporar vídeo ou incorporar várias imagens é quase que ilimitado o espaço e torna-se mais dinâmico e mais completo. Creio que esta é uma das grandes vantagens.”

Não especificando o seu próprio jornal, o responsável de infografismo do “Jornal X” caracteriza a importância da infografia para todos os jornais em geral como uma “*mais valia*” que possibilita aos utilizadores um mais atrativo e interessante acesso a determinados conteúdos, permitindo apresentar detalhes e pormenores que no tradicional texto corrido da notícia não seria possível de concretizar:

“(...) há coisas que só se podem contar por infografias como o caso de mapas, sei lá, dou um exemplo, a 1ª guerra do Iraque, foi como que uma grande surpresa porque no fundo foi quando se começaram a dinamizar as infografias. Começaram a ser feitos variadíssimos mapas do que estava a acontecer a não sei quantos kms de distância, num cenário de guerra onde ninguém tinha acesso e a infografia foi a melhor forma de mostrar às pessoas o que estava a acontecer num país e como era a forma desse país e quais as cidades e os aviões que estavam a bombardear. Isto também se podia contar por história, são 50 aviões com

10.000 e tal tropas no Iraque, mas não era a mesma coisa. Visualmente a pessoa não se apercebe o que se está a falar e, portanto, a infografia em alguns casos é crucial para elucidar o leitor visualmente daquilo que se está a tratar.”

O “Jornal X” não tem uma cadência específica de publicação ou criação dos infográficos, na qual possa afirmar que regularmente publicam muitos ou poucos. Essa periodicidade ou quantidade depende do tema e da abordagem que é dada, ao mesmo tempo. Não há um interesse em publicar só por publicar, é importante que exista um fundamento e um bom motivo para o fazer. Em relação à metodologia de trabalho, está sempre interligada com um dos seus maiores objetivos: “*O objetivo é sempre o leitor, é sempre dar a melhor informação possível ao leitor e a mais detalhada.*” E por isso mesmo:

“Temos uma cadência que não é certa, não é diária nem semanal. Temos 2 tipos de infografia ou em breaking news quando houver algo de importante fazemos um mapa ou gráficos, ou então aquele resultado que fazemos mais vezes é em estilo de reportagem e, portanto não há um cadência certa, vamos fazendo e vamos colocando on-line.”

Quanto aos conteúdos noticiosos alvo de divulgação por meio de infografias, no “Jornal X” a escolha recai sobre todos os temas, não há nenhuma espécie de seleção. Desde que a temática assim o permita, o assunto é transcrito para uma combinação de gráficos e diagramas que ajudem na melhor compreensão do assunto a noticiar. O trabalho pode ser pensado dia a dia de acordo com os acontecimentos que vão surgindo, ou podem resultar de um trabalho planeado com algum tempo de antecedência e que diz respeito a acontecimentos que são possíveis de programar e planear. O editor do “Jornal X” fez questão de referir que este processo é o mesmo para a edição em papel e para o *on-line*. Nesta caso específico, desta edição, não há separação de metodologia de trabalho.

“Acho que cobrimos praticamente todas as áreas, não nos cingimos só à economia ou desporto. Como somos um semanário temos outro ritmo do diário. Às vezes trabalhamos sobre a base das notícias do dia e aí faremos uma infografia de algo que aconteceu nesse dia especificamente (...) Ou trabalhamos também para datas específicas como por exemplo, agora vamos fazer um trabalho para o 25 de abril já pré-programado, outro sobre mundial e outro sobre o F1 e portanto trabalhamos com alguma antecedência para alguma coisa que vai acontecer e isso pode ir desde a ciência, desporto, política, enfim, economia, abrange praticamente todas as áreas e inclusivamente cultura, menos na área da cultura mas também e portanto é transversal a todos os temas.”

Apesar de considerar que a infografia é uma mais valia e que todas as áreas são possíveis de tratar por meio de infografias, reconhece que são elaboradas e produzidas muito poucas. E isso acontece por uma questão opcional e não por alguma condicionante orçamental ou até de recursos humanos.

No que respeita ao orçamento, afirma que o trabalho é mais criativo, de apresentação de propostas e até de identificar se a infografia resultará ou não naquele ou noutro tema, logo a não publicação mais frequente e em maior quantidade não depende de um determinado orçamento:

“(...) creio que aqui o nosso trabalho é mais um trabalho de criatividade e de propor trabalhos e de arranjar novas soluções e ver o que está acontecer e de ter uma percepção se isso é aproveitável para fazer uma infografia ou se não nos diz respeito deve ser tratado como uma foto-galeria ou tratado como texto e se há algum valor acrescentado do nosso trabalho agora... por outro lado, se tivesse um orçamento maior poderia fazer mais reportagem e obviamente variadíssimos temas seriam abordados mas diretamente creio que a questão do orçamento não implica mais ou menos infografia, podia acrescentar mas não significativamente.

A elaboração ou concepção dos infográficos não depende exclusivamente da pessoa do infografista. Neste jornal, o modelo de trabalho resulta de duas formas distintas, uma que passa pelo trabalho exclusivo do infografista, que é também detentor de carteira profissional de jornalista e outra que procura aliar o conhecimento técnico da equipa de infografismo com conhecimento teórico dos temas a abordar.

Nós temos duas maneiras de trabalhar ou o infografista que também nalguns casos é jornalista e tem carteira profissional e tem essa capacidade de receber a informação e tratá-la e inclusivamente de fazer o título e as legendas, normalmente não se escreve o texto corrido da forma tradicional, são pequenas caixas de texto e qualquer infográfico faz tudo, propõe, executa e publica. Noutros casos, ou porque não tem capacidade de o fazer ou porque são temas, por vezes, muito técnicos, e muito específico e se é um jornalismo que por exemplo, perceber muito de orçamento de estado, pedimos ajuda a esse jornalista. Acaba por ser um trabalho de equipa, a equipa de infografismo trabalha os dados e gráficos e o jornalista escreve sobre esses dados.

Quando questionado sobre a importância da infografia na divulgação de conteúdos de ciência e tecnologia, a resposta torna-se mais complicada uma vez que no “Jornal X” não se fazem muitas infografias destas áreas, situação que se verifica tanto no jornal impresso como no *on-line*. Reconhece as potencialidades da infografia nestas temáticas e reconhece o quão seria útil na divulgação deste conteúdo, no entanto, para eles não se trata de não saberem ou não quererem, é mesmo uma área na qual não têm por hábito dedicar o trabalho da infografia.

“Não sei se consigo responder diretamente a esse pergunta. Por um lado nós não fazemos muita infografia de ciência e tecnologia para o online mas de qualquer forma, volto a dizer um pouco o que já disse atrás, seja em papel seja em on-line o contributo que podemos dar é semelhante. Pode-se fazer bons trabalhos de infografia sobre ciência e ser bastante aliciante. Não é muito a nossa área mas podem-se fazer coisas fantásticas, porque é um tema que tem muitas visitas no nosso jornal embora não seja com infografias, porque normalmente há fotos fantásticas tiradas com o telescópio ou o satélite. Há fenómenos extra galáctico que acontecem e vivem muito mais da fotografia, de maneira que as notícias que acabam por ser dadas sem passar por nós... mas se calhar a infografia podia ser uma mais valia, não é o nosso caso... como lhe disse, nós não acrescentamos muito nessas duas áreas. Embora sejam áreas que podem ser enriquecidas com a infografia com detalhes das estrelas, por onde andam por onde passam com as trajetórias, mostrar fotografias, mostrar pormenores e são duas áreas também muito técnicas que carecem de diagramas e explicações para as pessoas perceberem. Ou seja acho que é interessantíssimo a infografia nessas áreas embora nós aqui não a “tratemos bem.”

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de se ter ainda uma única entrevista realizada, é possível tecer alguns comentários relativos à implementação da infografia no jornalismo *on-line*, no contexto português. Neste primeiro caso analisado, é possível perceber o quão relevante começa a ser o papel da infografia na divulgação da informação, percebe-se a sua importância e o seu potencial divulgador de conteúdos e partilha de informação.

A infografia é caracterizada como “uma mais valia” na qual o principal objetivo é mostrar o que o olho humano não consegue ver, tendo sempre como objetivo de trabalho o utilizador/leitor, possibilitando-lhe uma melhor e mais detalhada informação, juntando a isso uma mais agradável visualização de dados, permitindo que a interpretação das notícias seja facilitada.

Com o crescendo de importância que a infografia vai tendo no quotidiano do jornalismo, para o editor de infografismo do “*Jornal X*” é aceitável que a infografia seja considerada como um género jornalístico em ascensão:

“acaba por ser mesmo uma ou outra forma de jornalismo e de dar a informação. Apesar de só agora começarem a aparecer alguns cursos, creio eu, e começar a ser tratado nas universidades como algumas disciplinas ou, pelo menos com algumas horas, em determinados cursos de comunicação social, acho importante, e ainda bem que começa a ser tratado assim e não de uma forma quase que gráfica em que algumas pessoas fazem um tratamento diferente de alguns dados, precisamente o ser cuidado de forma jornalística.”

Caracterizar a infografia como um novo género jornalístico é outro aspeto que a investigação pretende trabalhar e analisar, partindo, não só, do seu potencial divulgador, mas percebendo e determinando as características próprias que a destaca dos outros géneros já existentes.

Em suma, esta primeira recolha de informação permite ter a visão de um responsável por um dos jornais semanários portugueses sobre a infografia no jornalismo *on-line*. Mas, como se afirmou anteriormente, não se pode dizer que estes dados são característicos de todos os jornais uma vez que, para isso necessita-se de cruzar esta com outras informações e determinar pontos comuns e divergentes dentro desta temática.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cairo, A. (2006). *What should you show in a graphic?* *Design Journal*, 99, 30–33. Disponível em www.snd.org.
- Cairo, A. (2008a). Interactividad: la nueva frontera de la visualización de información en prensa. *Malofiej*, 15, 1–10. Disponível em <http://www.tdmm2.fba.unlp.edu.ar/TDMM2/articulomalofofej.pdf>.
- Cairo, A. (2008b). Infografía 2.0: visualización interactiva de información en prensa. In Alamut (Ed.), *Infografía 2.0* (pp. 16–33).
- De Pablos Coello, J. M. (1998). Siempre ha habido infografía. *Revista Latina de Comunicación Social*, 5. Disponível em <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/88depablos.htm>

- Ochoa, B. E. M. (2009). *La infografía digital, una nueva forma de comunicación*. Disponível em http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Lainfograf%C3%ADa_digital,una_nueva_forma_de_comunicaci%C3%B3n.pdf
- Peltzer, G. (1991). *Periodismo iconográfico*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Ribeiro, S. A. (2008). *Infografia de Imprensa. História e análise ibérica comparada*. Coimbra: Minerva.
- Salaverría, R. & Avilés, J. A. G. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación. *Trípodos*, 23, 31–47.
- Sancho, J. L. V. (2004). *La infografía digital, en el primer plano del periodismo*. 12ª Cimeira Mundial de Infografia - Prémios Malofiej.
- Sancho, J. L. V. (2008). Typology of the graphics information. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 14, 631–648.
- Schmitt, V. (2006). *Infografia jornalística na Ciência e Tecnologia*. Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/schmitt-valdenise-infografia-jornalistica.pdf>.